

Коноров Роман Валерьевич,
студент инженерно-технологического факультета,
Елабужский институт К(П)ФУ, г. Елабуга
e-mail: konorovroman@yandex.ru
Сафуанов Амир Мансурович,
студент инженерно-технологического факультета,
Елабужский институт К(П)ФУ, г. Елабуга
e-mail: safuanow@mail.ru

УДК 656

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОСЕРВИСА PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SERVICE

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы технического обслуживания и ремонта автотранспорта, а также обоснована необходимость использования высококвалифицированного персонала и применения современного оборудования.

Ключевые слова: автосервис, ремонт, техническое обслуживание.

Abstract. The article considers the prospects for the maintenance and repair of vehicles, as well as the necessity of using highly qualified staff and modern equipment.

Key words: car service, repair, maintenance.

Основоположником появления автосервисов смело можно назвать Генри Форда, ведь именно этот человек изобрел и поставил на конвейер первый автомобиль. В самом начале развития автопромышленности автомобиль мог позволить себе только состоятельный человек. Со временем, автомобили стали более доступны и уже вопрос об их обслуживании стал намного острее.

Первое время владеть автомобилем было действительно проблематично и если какая-то деталь выходила из строя, то ее приходилось изготавливать самостоятельно. Как известно, спрос рождает предложение. Спустя какое-то время появились умельцы, которые понимали принципы работы автомобилей и могли изготавливать для них детали. Вот тогда и начали появляться первые автосервисы на базах и площадках, где размещались рабочие места мастеров по ремонту повозок и велосипедов.

Затем, с развитием промышленности, у автопроизводителей появилась возможность организовать производство запасных деталей, о чем уже

достаточно долгий период их просили торговые дома, через которые и продавались новые автомобили.

С появлением производств запасных деталей автомобиль стал еще более народным. Бизнес на кустарном производстве деталей уже не был настолько выгодным, а вот установка заводской детали получила развитие. Это способствовало появлению все большего количества новых автосервисов, так как устанавливать заводские детали было намного проще, чем изготавливать их самостоятельно. Все больше предпринимателей, получив возможность неплохо заработать, потянулись в этот бизнес. И автосервисы стали возникать уже далеко за пределами обыденных поездок на авто. Соответственно, и люди смогли путешествовать на автомобилях, отправляясь в дальние поездки, не беспокоясь о возможных поломках. В то время автопроизводители начали запускать рекламу о том, как хорошо путешествовать на своем автомобиле. Такие маркетинговые ходы создали новую волну интереса к автомобилю, и в скором времени практически в каждой семье появился автомобиль.

В России автосервисы появились заметно позже, что обусловлено задержками в развитии отечественной автопромышленности. Но со временем и в нашей стране этот бизнес набрал обороты и сегодня можно с уверенностью сказать, что если бы не было автосервисов, то многие бы владельцы автомобилей отказались бы от их использования.

Качественный автосервис по мировым стандартам представляет собой сегодня качественное техническое обслуживание и ремонт, обслуживание точно в установленный срок, разумные цены, доброжелательное отношение персонала автосервиса с клиентом, аккуратную и быструю офисную работу – оформление заказов, подготовку документации и т.д.

В числе основных причин роста потребности в услугах автосервиса можно выделить следующие:

1. Крупные предприятия: наличие и качество собственных ремонтных цехов не обеспечивает ремонт всего парка автомашин. Вместе с тем все больше

компаний готово «заморозить» деньги на хранение больших резервов запасных деталей.

2. Некрупные предприятия: в данном секторе актуальна тенденция к снижению расходов на содержание лишнего имущества. В такой категории сразу же оказываются ремонтные цеха.

3. Малые предприятия: решение об обслуживании в автосервисах – единственное логичное из возможных вариантов.

4. Частный автотранспорт: в данном секторе профессиональный сервис становится нормой жизни, а не исключением.

Это, безусловно, провоцирует борьбу среди автосервисов за клиента, который обращается в ремонтные службы для того, чтобы получить быстрое и качественное обслуживание. С точки зрения автосервиса, расширяется не только рынок, но и спектр оказываемых услуг, тем самым формируя жесткую конкуренцию. Чтобы выжить в этих условиях, руководство автосервиса должно учитывать влияние факторов, которые мы рассмотрим далее [1; 2].

К наиболее значимым факторам относится *рост технологических требований*, заключающийся в том, что ремонт становится все более сложным, соответственно, у сотрудников сервиса возникает необходимость иметь регулярный доступ к обширной базе технических данных, и этот доступ может предоставить только автопроизводитель. При этом не обойтись и без поддержки производителей материалов и оборудования, применяемых в процессе ремонта.

Следующим фактором по значимости является *рост экологических требований*. Это одна из значимых расходных статей автосервисов на сегодняшний день. В многомиллионные суммы обходится утилизация промышленных отходов через специальные службы. В России экологические требования выдвигаются на федеральном и на региональном уровнях, но в силу различных факторов их соблюдение на местах затруднено.

Не маловажным фактором является и *автоматизация*. Под этим термином понимается программное обеспечение по автоматизации документооборота,

складского и финансового учета на автосервисах. После появления специальных программных продуктов и скоростных каналов связи, эта сфера стала активно развиваться и в России [3].

Последним фактором является развитие *сети фирменных сервисов*. Фирменное обслуживание состоит в предложении потребителю расширенного комплекса услуг. Из-за усложнения конструкции автомобиля от фирменных автосервисов требуется применение для обслуживания и ремонта специального оборудования и инструмента, поэтому «гаражные сервисы» со временем не смогут удержать свои позиции на рынке услуг, так как для них исчезнет возможность решать проблемы постоянного обучения персонала и технического переоснащения производства «за копейки».

Учитывая рассмотренные факторы, влияющие на перспективы развития автосервиса, можно определить пути, по которым могут в дальнейшем пойти официальные автосервисы и те, кого мы называем «неофициалами». На развитие «официалов» существенное влияние оказывает то, что они финансируются фирмами-изготовителями. Это позволяет им чаще менять дорогостоящее оборудование, а также осуществлять значительные вложения в подготовку и переподготовку мастеров и механиков. Но «официалам» придется побороться за свою клиентуру. Всем давно известно, что за них держатся лишь на время гарантии. После её окончания, многие уходят к «неофициалам», где цена значительно меньше при незначительном снижении качества. Для сохранения конкурентоспособности официальные автосервисы применяют все те же методы, что и их конкуренты, а для повышения конкурентоспособности стараются применять методы, которые недоступны их соседям-конкурентам в силу финансовых возможностей или других факторов.

У «неофициалов» возникают свои проблемы, связанные во многом с состоянием клиентской базы. Неофициальным автосервисам предстоит сохранять её за счет более широкого внедрения различных программ лояльности, рекламных кампаний, акций и т.п. В своей основе «неофициалы» не стремятся копировать стиль у конкурентов, то есть у «официалов». Однако,

это может сыграть для них отрицательную роль, так как не будет возможности для маневра финансами. Однако при этом появляется другая возможность, которая позволит управлять ими за счет расширения марочного состава обслуживаемых автомобилей.

И все-таки, основными клиентами неофициальных автосервисов по-прежнему являются владельцы постгарантийных автомобилей. Но момент противостояния между авторизованными и независимыми автосервисами сохраняется сейчас и будет развиваться в будущем. Речь идет о рынке фирменных запчастей. Рост производства автомобилей в России при отсутствии локализации производства неизбежно приведет к дефициту запчастей и обострению ситуации на рынке.

Сравнивая типы автосервисов, можно отметить, что обе формы автосервиса будут существовать и развиваться параллельно. С одной стороны, они дополняют друг друга, создавая мощную сервисную сеть, отвлекающую клиентов от «гаражных сервисов». С другой стороны, и у самих клиентов постепенно не останется выбора кроме как обратиться в эти сервисы, так как возрастающая сложность узлов и агрегатов, высокая насыщенность бортовой электроникой автомобилей просто не оставляют им выбора. Чаще всего речь идет о поузловой замене крупных агрегатов с их последующим ремонтом на специализированных предприятиях и возврате их в качестве сменных. А что касается диагностики современного автомобиля, то здесь без дорогостоящего оборудования и без теплого, светлого, комфортного помещения просто не обойтись [4; 5].

В заключение можно сделать вывод, что автосервис на сегодняшний день является самым перспективным на нашем рынке техники бизнесом: парк автомашин растет с каждым годом, а большинство новых предприятий, приобретающих технику, пока не обзаводятся ремонтными цехами, рассчитывая на сервис производителей. Таким образом, при существующих экономических условиях в нашей стране спрос на техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств будет постоянно увеличиваться.

Список литературы

1. Волгин В.В. Автосервис. Маркетинг и анализ. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2010. - 436 с.
2. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг: учебное пособие. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2004. – 172 с.
3. Волгин В.В. Автосервис: создание и компьютеризация - М.: Дашков и К, 2010. – 408 с.
4. Егоров Ю.Н., Варакута С.А. Планирование на предприятии. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 290 с.
5. Сарбаев В.И., Тарасов В.В. Условия функционирования и выбор стратегии развития предприятия автосервиса. – М: МГИУ, 2001. – 88 с.